立足融媒体时代谈舆论场评论工作的新方法

摘　要：随着互联网技术的飞速发展与进步，新媒体已成为现代媒介环境中不可或缺的重要力量。在新媒体的冲击下，传统媒体受到了严重打击，但它必须主动适应媒介环境的变化，将传统媒体与新媒体进行融合发展，实现优势互补，以谋求更长久的发展。融媒体时代，我国舆论场也由传统媒体主导的社会场逐步转为新媒体舆论场，舆论场的生成和存在方式均发生了翻天覆地的变化、呈现出新的特点。本文立足融媒体时代舆论场特点，对融媒体时代评论工作的创新进行了分析研究，以供参考。

关键词：融媒体；舆论场；特点；评论

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）03-108-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.03.029

文 / 张瑞

引言

电视新闻评论作为一种特殊形式的电视新闻节目，能让广大受众从大量难辨真伪的信息以及众说纷纭的观点中慢慢冷静下来，引导受众保持理性思考[1]。从这一点来看，评论工作相比新闻报道更能体现电视新闻存在的价值。当前，我国电视新闻评论节目虽然比较多，但从总体来说质量良莠不齐，缺乏深度。在此背景之下，电视新闻评论急需改变原有的评论工作方法，不断创新改革，以适应融媒体时代的发展。

1. 融媒体时代舆论场的特点

在融媒体时代，舆论场具有以下特点：

一是新媒体在舆论场中所占的地位越来越重要，但问题丛生。融媒体时代，借助平板电脑与智能手机等舆论场载体就能影响舆论场内的话题或舆论走向，随时随地获取信息，参与话题讨论。使广大网民越来越习惯通过智能手机并利用碎片化时间获取信息。然而在这些新技术的掩盖之下，一些别有用心的利益主体刻意引导网络舆论，从而影响社会和谐与稳定。如网络水军泛滥、假消息满天飞、网络暴力等现象越演越烈。

二是舆论场正逐渐从利益之争转为价值、精神与观点之争。也就是说，融媒体时代受众在舆论场中更为关注民生问题、中年危机、征地、程序正义、权利平等等热点话题。比如针对“走红的保温杯”这一话题，人民日报人民时评：奋发的朝气无关“保温杯”；腾讯新闻等各大网络媒体也争相关注这一问题，进一步将相关问题放大，激发广大受众的代入感与同理心，引起大家的共鸣；一纸法院审判文书也能引发巨大争议等。

三是无真相。通常来说，真相是舆论的基础，依据真相可引起某种舆论，而这种舆论一般是能控制且可预测的。但是，在融媒体时代，网络舆论场凭借自身优势与巨大影响力，更容易被受众接受，而传统媒体的官方舆论场对受众影响力反而被削弱，导致舆论的形成和爆发可以不顾事实，仅依靠受众的态度与心情。即便有真相，在众说纷纭之中，真相也极易被埋没。

四是无理性。很多受众在接触到新事态时往往会受个人的态度与经验支配，不经思考甚至不加甄别地发表充满非理性、情绪化的声音，形成的舆论仅满足与自身情绪宣泄，缺乏理性。融媒体时代舆论的无理性积聚进一步加大了舆论化解的难度。

2. 融媒体时代舆论场评论工作的新方法

2. 1 树立融合理念，打通传统与新兴媒介之间的界限

以往传统主流媒体掌握着话语权与传播渠道，但在融媒体时代，用户通过各大互联网平台就可快速获取信息，并且成为媒介内容的创作者。新媒体传播的快速性、开放性与自主性等特点为舆论场增添了活力，但也让其变得更为“良莠不齐” “喧嚣”[2]。对此，电视新闻评论工作首先要应顺应时代发展的需要，树立融合理念，以用户为中心，结合新时代受众结构的变化，探索新的评论工作模式，从而促使传统媒体和新媒体之间实现有效沟通。其实，传统媒体与新媒体用户均是节目的受众，他们是互相渗透且身份同一的关系。所以，评论工作的开展应从受众角度去思考与创新，使电视节目更受受众欢迎，更符合受众的习惯与需要。

主动学习，更新融合观。评论工作者具备扎实的专业功底、前沿的思维水平、深厚的文化底蕴等，是更新融合管的重要前提。而要实现这一目标必须坚持学习，尤其是在电视新闻评论节目中，该节目涉及较多的专业领域，要保证知识的科学性以及准确性，用浅显易懂的语言传达，评论工作者需要不断补充各方面的知识，主动思考，方能始终保持媒介融合理念的前沿。

最后，积极改革综合评价机制。电视新闻评论节目为获知受众的满意度以及节目的质量，均设立了评价考核指标，而收视率指标在评价指标体系中占据了大约二分之一的比重。收视率的高低能很好地反映出收视偏好变化以及受众数量等，但是，其也会受到社会环境、播出频道等各方面的影响。融媒体时代，网络受众也成为

电视媒体内容传播的目标受众，因此，将收视率作为核心指标是不科学、不合理的。

2.2 聚合多媒体渠道，打造互动沟通平台

在融媒体时代，信息爆炸，各方观点非常杂乱，普通大众尤为需要定见，而评论工作就是有效发挥定见以及舆论引导作用的重要途径。而要发挥定见与舆论引导作用，除了树立融合观念之外，还需聚合多多媒体渠道，敢于打破传统媒体的信息发布方式，从而实现共享，加强传播效果。

2.2.1 传播方式多样化

可借助融媒体优势，打造多样化的信息传递途径，让传统媒体与新媒体融合，达到“1+1 > 2”的传播效果。首先，评论部门可开通微信公众号、官方微博等，将一些重要评论通过微博、微信公众号等载体进行发布，借助母台完成线下拓展，实现二次传播，同时，借助母台的影响力宣传节目的官微官博，从而进一步扩大了评论的影响力，还可为自身新媒体带来流量，吸引更多的粉丝[3]。与此同时，还可让传统媒体与新媒体合作，共同打造 APP 客户端，将电视受众迁移到网络平台上，从而提升自身的竞争实力；其次，对新媒体给予高度关注。在融媒体时代，电视新闻评论节目纷纷开通了官微官博，但实际效果却未达到预期。这主要是由于传统媒体对新媒体缺乏关注，新媒体观念较薄弱导致的。评论部门虽然建设了官微官博，但仅仅只将其作为新增的传播途径，是附属品。因此，相关人员必须建立高效的互动系统，对新媒体给予高度关注，发挥新媒体的优势，完成新旧媒体的融合，强化评论工作效果。

2.2.2 发挥渠道优势，实现深度交互

通过互联网构建的话语空间使网民能自由发表观点，快捷传播信息，随时随地和他人共同探讨话题。传统的单向传播模式已成为过去式，而深度交互传播模式将会成为评论工作的创新方向。电视新闻评论节目应立足于自身的定位特点，建立交互的评论通道。比如，《中国舆论场》的选题来源于一周之内的舆论热点，针对舆论热点进行讨论，并通过设置线上线下互动活动，让专业评论人员、主持人与社会民众等各方意见均囊括在内。还通过接入视频或者语音方式与嘉宾对话，完成嘉宾提问、专业评论员解答，然后反馈的交互过程[4]。要增加互动的渠道，使评论工作呈现出最佳的效果，还应充分挖掘每一个融合渠道的功用，建立多个渠道之间的连接，共同发挥作用，从而实现深度交互。比如，《新闻眼》就整合了网络与电视等多个平台的资源，并加入了拍客、微博等元素，使新闻内容更具时效性，大大增强了电视和新媒体之间的互动感，同时，还打造了虚实景结合的播报方式，增强了播报的直观性与生动性；《中国舆论场》引入“在线观众席”，将电视与网络、移动新媒体时效深度合作，全球受众均可利用手机进行实时抢票，成为现场参与者，从而实现全程互动。

2.3 通过运用大数据，实现准确定位

在融媒体时代，评论工作的创新突破就是将海量数据量化，挖掘出其中的独有价值，以满足大众对电视新闻评论的多元化需求。通过统计并关联分析受众行为数据、消费数据、需求信息与检索信息等海量数据，精准定位目标观众群，了解并掌握受众的需求、爱好，从而为其提供有针对性的优质服务。同时，通过大数据可从栏目内容中选出一些热点新闻要事或者关注度较高的事件进行评论，为受众发布他们所需的新闻。通过新旧媒体的融合发展，不仅可提升节目的可看性，还能满足融媒体时代受众对评论的多样化追求。大数据的应用可使评论更具说服力，并能及时反馈受众的具体信息。每一个行业都离不开受众，受众所反馈的信息对行业发展来说极为重要，评论工作也不例外。评论工作者可利用大数据给电视新闻评论节目制作或者相关评论工作输送信息，从而为日后的评论工作提供更多可行性、创新性的思路。

结语

综上所述，在当今时代背景下，融媒体给传统电视媒体带来巨大冲击，同时也给其带来的发展机遇。融媒体背景下的舆论场呈现出一定特殊性，电视新闻评论工作并不是简单地将原有工作模式与理念照搬到新媒体上，而是将电视媒体和新媒体进行融合发展，从各个方面力求融合与创新，取长补短，获得共赢。作为评论工作者，只有适应大环境，不断改革创新、不断探索，方能寻找到突破口。因此，我们需要立足在融媒体时代舆论场的特点，通过树立融合理念，打通传统与新兴媒介之间的界限；聚合多媒体渠道，打造互动沟通平台；通过运用大数据，实现准确定位等途径，加强电视与新媒体的融合，使评论工作在融媒体时代寻求一条有效的创新发展路径。媒

参考文献

[1] 张婉宁 . 电视新闻评论节目融合转型研究 [D]. 南宁：广西大学，2018.

[2] 陈昕怡 . 媒介融合背景下电视新闻评论节目研究 [D]. 武汉：武汉大学，2018.

[3] 张腾之，陈贝贝 . 打造智慧融媒体 打通两个舆论场——央视新闻评论节目《中国舆论场》创新实践 [J]. 中国广播电视学刊，2017（4）：5-10.

[4] 徐剑 . 试论融媒体时代电视新闻评论节目的创新与发展 [J]. 电视指南，2018（10）：47.

（作者单位：山西省运城市绛县融媒体中心）